

«Apple Music »: la fin de l'histoire?

Stéphane Gasparini

1. « *History of Sound* »

« *History of Sound* »¹ est le titre de l'un des clips publicitaires produits par Apple pour vanter les mérites de sa nouvelle plateforme de streaming² « Apple Music ». C'est toute l'histoire de la diffusion de la musique qui est, en effet, passée en revue dans les quatre-vingt dix secondes que dure ce spot, débutant sur l'apparition du gramophone en 1877, puis celle de la radio, du 45t, du jukebox, du 33t, du magnétophone, du lecteur K7, du CD, de l'iPod, pour se terminer sur le streaming et, bien sûr, le site Apple Music lui-même. Le fil rouge de ce film, un pied qui frappe le sol sur un tempo régulier, fournit l'élément visuel et sonore sur lequel se développe l'ensemble du clip et de sa musique, évoquant tour à tour l'écoute musicale, mais également la danse, la création artistique, la sensualité et le « vivre-ensemble ». La phrase d'accroche de cette publicité est par ailleurs un programme à elle toute seule: «Chaque grande innovation inspire la suivante. 127 années de son conduisent au prochain grand saut: Apple Music»³.

Habituée au « saut qualitatif » – à la disruption⁴ comme disent désormais les créateurs de la Silicon Valley – Apple positionne donc d'emblée sa nouvelle plateforme comme représentant un nouveau chapitre inédit de l'histoire de la diffusion du son enregistré. Je soutiens dans les pages qui suivent la thèse selon laquelle Apple Music

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=9-7uXcvOzms>.

² Pour rappel le *streaming* est un mode de diffusion par Internet qui consiste à lire des flux d'informations sans en enregistrer les fichiers sur un disque dur.

³ « Every great innovation inspires the next. 127 years of sound led to our next great leap in listening: Apple Music ».

⁴ La « disruption », qui se distingue de l'innovation pure, est la capacité de mettre au service du plus grand nombre un nouveau produit ou un service, auparavant inaccessible ou trop coûteux, par un biais également novateur. « Apple Music » remplit clairement cette fonction. Sur ce sujet voir Christensen (2015).

signe également la fin de l'histoire des modes de distribution successifs des enregistrements musicaux: un nouveau moment – qui est également le dernier – subsumant tous les autres. C'est dans cette approche que j'essaierai d'appréhender l'histoire de l'enregistrement et de la diffusion des contenus musicaux telle qu'elle est illustrée dans ce film publicitaire d'Apple. De même je montrerai que, comme le symbolise la courte césure précédant le plan final d'*History of Sound*, Apple Music représente une forme de rupture qualitative avec tous ses prédécesseurs.

Deux raisons peuvent conduire à accréditer cette thèse et je les examinerai à tour de rôle dans la seconde partie de ce texte (intitulée *La fin de l'Histoire*) après une première partie consacrée à une description d'Apple Music et du streaming en général.

La première d'entre elles est que toutes les grandes avancées en termes de diffusion de la musique enregistrée ont eu un « effet retour », que nous pourrions plutôt qualifier de feedback – un concept finalement très adapté au monde de la musique⁵ – sur les contenus qu'elles diffusent et sur la créativité des musiciens qui en sont à l'origine. Si cette thèse est valide, alors il devrait être possible de montrer en quoi le streaming en général (et Apple Music en particulier) exercent, ou vont exercer, un feedback important sur les créateurs des contenus sonores distribués, tout autant que l'ont exercé les modes de distribution précédents.

L'autre raison est que le fonctionnement d'Apple Music renoue également avec ce que sont les véritables fondamentaux de la musique: réitération, impermanence, singularité des moment musicaux, écoute et non possession, etc. Comme nous le verrons, cette réconciliation entre les principes fondamentaux de l'art musical et les techniques qui servent à le diffuser est un fait unique dans l'histoire de la distribution des contenus enregistrés. Ce nouveau mode de diffusion, qui est sans limites ni contraintes, s'annule en effet en tant que mode de diffusion et support en se rendant transparent en tant que tel (ce qui n'était pas le cas des modes de distribution précédents). Le streaming nous permet donc de nous connecter en direct sur la « musique en mouvement » en renvoyant du coup les créateurs – tout autant que les auditeurs – aux seules limites et contraintes des phonogrammes eux-mêmes (donc de l'enregistrement en studio) et/ou de la diffusion des performances musicales en direct (donc de la captation sonore).

Avant d'entrer dans l'analyse de ces deux « raisons », il semble utile de commencer cette recherche par un état des lieux précis concernant ce nouveau site de streaming,

⁵ Le *feedback* dans le domaine de la musique qualifie la rétroaction d'un signal sonore sur lui-même.

état des lieux qui nous servira de support pour le questionnement philosophique mis en œuvre dans la seconde partie de ce texte.

2. *Apple Music: le saut qualitatif. Présentation d'Apple Music*

Apple Music a été conçu par Apple non comme une simple plateforme de streaming, mais comme un système mettant en œuvre plusieurs services de nature différente, ayant tous en commun la diffusion de contenus musicaux. Cette plateforme repose ainsi sur quatre piliers que sont le module streaming à proprement parler, un ensemble de radios (dont la déjà fameuse Beat1, la radio spécifique d'Apple), une application intitulée Connect qui fonctionne comme un réseau social et permet de suivre de manière active un artiste, ainsi que, pour finir, le magasin Itunes Store bien connu des utilisateurs d'Apple depuis plusieurs années. En un mot, ce nouveau site de streaming a rarement mieux porté le nom de plateforme: un système plastique et interactif, sur lequel il devient possible de rajouter de nouveaux modules à la demande. Apple parle ainsi d'écosystème à propos d'Apple Music: l'idée de base de cette plateforme étant de réunir plusieurs services dédiés à la même cause sur une même plateforme, avec «l'élégance et la simplicité que seul Apple peut mettre en œuvre»⁶.

Apple Music est entré en fonction le 8 juin 2015. Force est de constater que, pour l'une des premières fois de son histoire (cet état de fait a d'ailleurs été abondamment commenté) Apple arrive après les précurseurs dans le domaine du streaming musical que sont Spotify, Deezer et Qobuz en France, Tidal, Rhapsody et Pandora aux Etats-Unis, sans compter les myriades de « petites » plateformes de streaming comme celle d'Amazon par exemple. Mais, comme les mêmes commentateurs l'ont tous noté également, Apple intervient sur ce marché avec une force de frappe financière immense et surtout un fichier client (huit cent millions de comptes Itunes dans le monde actuellement) sans commune mesure avec celui de ses concurrents. Par ailleurs il faut se souvenir que l'iPod, une des plus grandes réussites commerciales d'Apple il y a quelques années, a été créé alors que le marché des appareils MP3 était déjà développé depuis plusieurs années. Apple a donc déjà prouvé, à l'époque, sa capacité à créer l'effet de disruption dont je parlais plus haut, consistant à transformer un produit innovant (mais déjà inventé) en un produit adopté par un très grand nombre de consommateurs. Examinons maintenant de manière plus précise les éléments fondateurs de cette

⁶ Ces extraits de slogans publicitaires (celui-ci, comme ceux que j'ai utilisés plus avant dans cet article) proviennent du site Apple lui-même.

nouvelle plateforme de streaming.

3. Les services d'Apple Music

Les Playlists⁷ sont le cœur du système des sites de streaming en général, et d'Apple Music en particulier. Là encore – et contrairement à ses habitudes – Apple n'a rien inventé de bien nouveau (Spotify fait déjà cela très bien depuis plusieurs années) mais les playlists proposées par ce site sont composées avec un soin extrême – et beaucoup de diversité – par des Dj ou des critiques professionnels (et non par des ordinateurs). Pour reprendre l'argumentaire d'Apple à ce sujet: «la chanson qui suit est aussi importante que celle qu'on est en train d'écouter». Creusant toujours plus en avant ce nouveau filon, les sites de streaming (et pas seulement Apple Music) cherchent désormais à produire des playlists « individualisées »: un morceau pour chaque auditeur, dans chaque circonstance. «Et si vous pouviez entendre toujours la bonne musique au bon moment [...]», comme nous le rappelle, là encore, la publicité d'Apple.

« For You » est, en droite ligne avec ce qui vient d'être dit, un module d'accueil qui permet de connaître les goûts des auditeurs afin que soient élaborées des playlists ou des propositions d'écoute en rapport avec leurs goûts annoncés. Ce module spécifique, conçu dans l'esprit des listes individualisées d'intérêts potentiels que l'on trouve chez Amazon ou Netflix, permet d'aider l'auditeur à s'y retrouver parmi les trente millions de titres proposés par cette plateforme. Ce dernier point est essentiel car le streaming, en rapport avec l'immensité du catalogue qu'il propose, nécessite une technique de guidage et de rapprochement en fonction des intérêts déclarés des auditeurs. Mais d'autres pistes de recherche potentiellement intéressantes peuvent être proposée à la suite de chaque titre téléchargé, puisque le moteur de recherche est interactif et prend en compte la modification progressive des centres d'intérêt de chaque auditeur.

Beats 1 est la radio d'Apple (qui restera accessible gratuitement sur la plateforme même pour les non-abonnés) conçue par le DJ Trent Reznor avec des invités prestigieux qui, chacun, animent leur propre émission comme Zane Lowe ou Dr Dre, St Vincent ou même Elton John. Beats 1 diffuse en direct 24h/24 de New-York, Los Angeles et Londres. L'idée de créer une radio Internet n'est certes pas révolutionnaire (le radio connectée « Rdio » aux Etats-Unis le fait depuis longtemps avec beaucoup de succès), mais, encore une fois, c'est la première fois que ce « service » est associé de manière permanente

⁷ Une *playlist* est une suite coordonnée de titres musicaux, provenant la plupart du temps d'artistes et de sources variées.

avec une plateforme de streaming.

« Connect » est la partie la plus prometteuse de cette nouvelle plateforme et sans doute le premier d'une longue série de nouveaux « services » que la firme de Cupertino va intégrer au cours des mois à venir sur son système. Inspiré par le mode de communication propre aux réseaux sociaux, « Connect » permet à la fois de « suivre » un artiste mais également de communiquer en direct avec lui. Certes la qualité de ce service dépend de la nature des informations qui sont « postées » sur la page réservée à l'artiste en question, mais certains d'entre eux mettent déjà en avant des bonus spécifiques pour les auditeurs qui sont connectés à leurs comptes. Bien sûr, tous les artistes ont déjà, pour le minimum, une page Facebook, une page Instagram et communiquent sur Tweeter. Toutefois le fait que tous ces éléments se retrouvent sur le même site est par contre très important: « Connect » peut en effet permettre de diffuser de la musique directement aux auditeurs (des mixes de séances non commercialisés par exemple, des bases de chansons, des drafts de paroles etc.) voire même diffuser de la musique créée en direct (les propositions de « concerts » et « enregistrements live » sont déjà présentes sur le module « Radio »). La fonction « connect » permet également aux jeunes créateurs d'ouvrir des « comptes d'artistes » de manière non seulement à mettre à disposition leur propre musique, mais également à créer un lien avec leurs (futurs) fans.

Afin de se différencier définitivement des modes d'exploitation précédents, mais aussi des offres concurrentes, les plateformes qui, comme Apple Music, arrivent sur un marché déjà encombré doivent donc inventer un nouveau lien entre créateurs et auditeurs, un lien qui sera probablement en droite ligne avec l'esprit des réseaux sociaux. Apple l'a compris, c'est sa véritable originalité et la raison de son succès probable dans les mois à venir. C'est également pourquoi la notion de « service » va devenir la pierre de touche de toutes ces nouvelles plateformes. Jimmy Lovine, l'un des executives les plus en vue d'Apple, le confirme dans une interview donnée à Digital Music News le 8 Juin 2015, date de sortie officielle d'Apple Music: pour lui Apple Music remplit un vide dans le secteur de la diffusion des contenus musicaux «ce vide, c'est le service. Les gens ont besoin de service – et d'un service de qualité supérieure quand la musique est concernée». D'autre part (toujours dans le même article qui est en fait un compte-rendu de la conférence – et de la post-conférence – de lancement d'Apple Music) Tim Cook, le patron d'Apple, en rajoute encore sur le même thème quand il déclare à la presse, avec le petit soupçon de forfanterie que les fans de cette marque connaissent bien, qu'Apple Music va «changer la façon dont on expérimente la musique pour toujours». Cependant Apple va-t-il parvenir à réaliser cet objectif ambitieux? Et,

d'une manière plus générale, un tel objectif peut-il être réalisé par quiconque?

4. La « philosophie » du streaming: la non-possession des contenus musicaux

Le streaming met en œuvre un changement important de paradigme: l'usage contre la possession. Toute la profession souligne cette mutation, qui dépasse le seul domaine de la musique, et compte sur elle pour imposer ce nouveau mode de diffusion musical. Les musiques diffusées en streaming ne sont certes que consultables, mais le fait qu'elle soient présentes à chacune de nos demandes résout le problème de leur disponibilité permanente, rendant la nécessité de les acquérir superflue. La musique, contrairement au cinéma, nécessite en effet une possibilité de réécoute (que seul l'achat permettait d'assurer pour l'instant): on réécoute (quelquefois à l'infini) les morceaux de musique que nous aimons, alors que nous ne voyons un film qu'une fois (certains films cultes sont visualisés plusieurs fois, mais cet état de fait est rare alors qu'il est récurrent en musique).

La non-possession s'inscrit dans une économie des transferts de flux dématérialisés d'informations – qui, paradoxalement, ne rentre pas en contradiction avec l'intérêt soutenu que portent les usagers à la matérialité de la technologie (un intérêt qui peut aller, dans certains cas, et pour les produits Apple particulièrement, jusqu'à la fascination la plus extrême) – une économie qui s'étend désormais à d'autres secteurs d'activités culturelles (le livre par exemple) et pourrait atteindre rapidement certains domaines jusque là protégés par la prééminence de l'objet matériel, comme les arts plastiques. Le contre-argument du besoin de possession des « produits culturels », quelquefois mis en avant pour démontrer que le streaming n'a pas d'avenir, est donc un argument d'une autre époque, basé sur un paradigme déjà dépassé. De même en est-il pour celui, plus fréquent, de la gratuité: Apple a déjà montré avec iTunes que le grand public était disposé à payer pour un contenu et un service qui lui conviennent; Apple Music le montrera, à nouveau, pour le streaming musical payant.

5. Les critiques musicales vis-à-vis du streaming

Il est difficile de terminer cette présentation d'Apple Music sans évoquer les critiques qui sont faites à ce site – et à tous les sites de streaming en général – par une grande partie des musiciens et créateurs concernés par ce nouveau mode de diffusion, en particulier parce qu'ils fournissent la plus grande partie des contenus diffusés et en retirent leurs moyens de subsistance. Beaucoup d'artistes ne partagent pas en effet l'engouement ambiant pour le streaming, pour des raisons qui s'articulent autour de deux axes

principaux: la question de la qualité du son, et celle de l'indigence des royalties servis aux créateurs.

Ces critiques sont actuellement véhiculées par de nombreux musiciens mais deux d'entre eux me semblent illustrer de manière plus spécifique chacune d'elles: Neil Young pour la première (la qualité du son) et David Byrne du groupe Talking Heads pour la seconde (l'indigence des royalties). Je rappellerai les grandes lignes de leurs positions et les commenterai rapidement ensuite. Commençons par Neil Young.

Celui-ci a décidé, le 15 juillet 2015, de retirer l'intégralité de sa musique de toutes les plateformes de streaming. Il a exprimé sa position en deux courts messages postés sur sa page Facebook, une position qui peut se résumer dans cette affirmation sans appel: «Je n'ai pas besoin que ma musique soit dévaluée par la pire qualité de diffusion de l'histoire». En présentant Pono, le nouveau service de téléchargement qu'il a lui-même créé (et dans lequel il semble avoir investi beaucoup d'argent sans que, néanmoins, le résultat commercial soit en rendez-vous), Neil Young enfonce le clou: «la musique est devenue un bruit de fond. C'est ça le XXIème siècle» (voir également sur ce sujet Levine 2010).

David Byrne s'est, quant à lui, exprimé dans deux articles qui ont été très partagés sur la toile, le premier dans le journal *The Guardian* daté du 11 octobre 2013 et le second dans le *New York Times* du 31 juillet 2015. Le titre de l'article du *New York Times*, « Open the Music Industry's Black Box », fournit à mon sens le meilleur résumé possible de son point de vue. Byrne exprime ses inquiétudes par rapport au système de rémunération des artistes⁸, indéniablement très défavorable par rapport à ce qu'il était à l'époque (pas si ancienne) de la distribution physique des contenus musicaux et surtout à l'absence de transparence qui régit les contrats passés entre les producteurs et les plateformes de streaming (des contrats rédigés au détriment des artistes eux-mêmes). Après avoir rappelé que le fait que les auditeurs veuillent désormais payer pour écouter est en soi une bonne nouvelle, Byrne indique toutefois que même si tout le monde devrait célébrer un tel état de fait « certains d'entre nous qui créons, jouons ou enregistrons de la musique ne le faisons pas ». Et de rappeler les revenus tout-à-fait dérisoires perçus actuellement même par les plus grandes stars de la chanson (on parle de quelques dizaines de milliers de dollars à peine pour le hit planétaire de Pharrell Williams « Happy »). Car, comme Byrne l'écrit par la suite, les « musiciens sont des entrepreneurs », ils sont les associés des labels et non ses concurrents. C'est pourquoi,

⁸ Il est loin d'être le seul, une grande majorité d'artistes sont sur cette ligne. On citera à cet égard l'élégante remarque de Thom York, le leader du groupe Radiohead à propos du streaming qui est pour lui «le dernier pet d'un corps en voie de décomposition».

selon lui, des discussions (financières ou autres) doivent désormais avoir lieu entre les différents protagonistes de cette filière, de manière à ce que la « Boîte Noire » de l'industrie du disque soit enfin ouverte.

Il est possible d'opposer à ces critiques sévères le fait que les problèmes qu'elles évoquent n'en seront probablement plus dans quelques années. La qualité du son ira probablement vers une amélioration (si le public plébiscite une telle amélioration, ce qui n'est par ailleurs pas certain)⁹, quant aux royalties ils iront eux-aussi vers une répartition plus favorable aux créateurs. En effet, le jeu de la libre concurrence fera en sorte que les meilleures plateformes voudront s'attirer les meilleurs artistes, et que les contrats, comme toujours dans ce cas, iront également dans le sens d'une répartition plus favorable aux artistes. On notera, dans ce sens, l'offensive réussie de la star américaine Taylor Swift qui a réussi à faire plier Apple Music sur les royalties qu'Apple versait (ou plutôt ne versait pas) pendant la période d'essai gratuite de son site. Mais on notera également la création de nombreux groupes de réflexion et de défenses des intérêts des musiciens et compositeurs comme « Rethink Music » par exemple, un think-tank très influent créé dans le cadre de la Berklee School of Music de Boston, une des écoles de musique les plus connues du monde¹⁰.

D'autre part, et quelle que soit la sympathie que l'on peut avoir pour ces considérations et leur bien-fondé, elles ont manifestement le défaut de ne pas tenir compte de la situation réelle du marché, qui a été laminé pendant des années par le téléchargement pirate. Si le téléchargement illégal est actuellement en baisse partout dans le monde, il faut bien se résoudre à constater que c'est en grande partie aux sites de streaming qu'on le doit. Le streaming est donc un rempart contre une perte encore plus importante, non plus seulement des revenus des musiciens, mais cette fois de la musique elle-même. Une fois ces arguments contradictoires (mais légitimes) exposés, examinons maintenant les points annoncés en introduction en utilisant les éléments qui viennent d'être évoqués en toile de fond concrète.

⁹ Ce n'est pas le sens dans lequel semblent aller les besoins (et les compétences) du public moyen. Une étude récente de la radio publique américaine NPR a montré que, face à trois extraits de la même chanson diffusés en plusieurs formats différents (format basique du type Apple Music et format FLAC du type Tidal ou Qobuz) la très grande majorité des auditeurs testés s'avéraient incapables de faire la moindre différence entre ces formats de diffusion et ne percevaient pas la très haute qualité des sites de streaming HiFi.

¹⁰ Voir également « Merlin Network », un autre groupement très actif de créateurs musicaux, dont le but est de défendre les intérêts de la profession face aux plateformes de streaming.

6. La fin de l'histoire. Statut ontologique du streaming

Avant de développer les deux hypothèses que j'évoquais en introduction, soit pour la première le feedback qu'opère le streaming sur la création des contenus qu'il contribue à diffuser; et, pour la seconde, la réconciliation entre ce nouveau mode de diffusion et les fondamentaux de la musique¹¹, il est important d'examiner ce qu'il en est de l'être du streaming (et, du coup, des sites internet qui s'en réclament). En quoi, et pourquoi, ce nouveau mode de diffusion de la musique parvient à se distinguer de manière essentielle de ses prédécesseurs?

Tout d'abord, il convient de rappeler que seul le streaming diffuse des contenus musicaux, au sens strict du terme (comme une émission de radio diffuse un programme) alors que les autres modes les distribuent, y compris ceux qui, comme Itunes par exemple, distribuent des fichiers informatiques réputés « immatériels ». Avec le streaming nous assistons donc au passage d'une économie de la distribution à une économie de la diffusion.

D'autre part, le streaming permet à la fois de diffuser des musiques enregistrées¹² mais également de la musique réalisée en live, des clips vidéo, des paroles de chansons, des chats avec des artistes ou d'autres contenus encore.

C'est également parce que la diffusion permet l'immédiateté du transfert de contenus, que, comme on l'a vu plus haut également, une plateforme comme Apple Music peut donc s'adjoindre, sans incohérence, plusieurs radios connectées ou d'autres types de services plus spécifiques développant le lien, au fil de l'eau, entre les créateurs et leur public. Cette notion d'immédiateté est donc la pierre de touche de ces nouvelles plateformes de streaming, qui les engagent dans une voie déjà fortement balisée par tous les réseaux sociaux (dont le succès est d'ailleurs également entièrement basé sur des modes de communication totalement instantanés). L'auditeur, qui passe ainsi du stade de récepteur passif à celui d'utilisateur, devient le centre d'une nouvelle économie de la diffusion des contenus musicaux (et probablement des contenus artistiques en général) dont nous ne sommes actuellement qu'aux premières manifestations (Ghon [2013]).

Pour nous résumer, il y a donc bien une véritable coupure qui s'instaure entre le streaming et les autres modes de distribution de la musique. Cette coupure est encore renforcée, au-delà même de l'immédiateté de la distribution des contenus que je viens

¹¹ Des états de faits qui, s'ils sont démontrés, indiquent de manière certaine que ce nouveau mode de diffusion est bien *le* mode de diffusion indépassable que les musiciens attendaient.

¹² Ces musiques enregistrées sont appelées *phonogrammes* par les professionnels de la musique (Tournès [2003]).

d'évoquer ci-dessus, par le fait que le streaming est un mode de diffusion sans contraintes, ni de temps, ni de distance, ni de volume de data¹³, et renvoie donc les créateurs musicaux, et les auditeurs également, aux caractéristiques qui sont celles de l'enregistrement des phonogrammes d'une part, et de la captation du son dans le cadre des diffusions en direct, de l'autre. Nous reparlerons de ce point décisif dans le dernier paragraphe de cet article, mais disons dès maintenant que c'est la première fois, dans l'histoire de la distribution des contenus musicaux, qu'il est possible de constater une telle transparence qui amène l'auditeur à renouer avec ce que nous pourrions appeler « la musique en mouvement ». Le 45t et le 33t (sans parler du 78t bien évidemment), la K7 audio ou même le CD présentaient des limites, liées à leur constitution matérielle, qui étaient pour l'essentiel de durée mais également de prix de mise en œuvre. Avec le streaming il devient possible de « consulter » des contenus musicaux d'une durée quasiment illimitée, mais également d'en « produire ». C'est donc aux deux extrémités (entrée et sortie) du système de production/réception propre au monde de la musique professionnelle, que des changements drastiques sont en train de voir le jour. Si l'on prend en compte, d'une part, qu'une inscription sur des sites de référencement d'artistes, comme Zimbalam par exemple, ne coûte que trente-cinq euros et permet aux jeunes créateurs d'être directement référencés sur les grandes plateformes de streaming et, d'autre part, que l'essentiel de la promotion des artistes se fait actuellement par le biais des réseaux sociaux, on peut conjecturer que les cartes de ce secteur vont être rapidement rebattues, particulièrement aux dépens des Big Three (Universal, Sony et Warner) qui représentent aujourd'hui à elles-seules plus de soixante-dix pour cent du marché mondial de la musique – et ne les représenteront sûrement plus demain.

7. Le feedback de la distribution sur l'identité des contenus distribués

Comme on l'aura compris, je soutiens la thèse selon laquelle la diffusion des contenus musicaux n'est pas un simple intermédiaire reliant les musiciens et leur public, mais une troisième entité à part entière, à laquelle il convient d'apporter une attention soutenue et spécifique. Le corollaire de cette thèse mettant en avant le rôle actif de la distribution, est qu'un mode de distribution ou de diffusion n'est véritablement nouveau que lorsqu'il agit en retour, de manière également nouvelle, sur la musique qu'il contribue à diffuser. Je ne veux pas dire, bien sûr, que la diffusion des contenus musicaux serait l'unique

¹³ Puisque, je le rappelle, il n'y a pas téléchargement, mais lecture au fil de l'eau, de fichiers contenus dans les disques durs gigantesques qui sont la propriété des plateformes de téléchargement elles-mêmes.

« déterminant en dernière instance de toute créativité musicale, ce qui serait absurde, mais simplement que, au milieu de l'histoire des styles, de la progressions des langages musicaux, et de l'histoire des techniques en général, le rôle de la diffusion est largement sous-représenté. Je souhaite également souligner, pour finir, que la thèse que je défends ici ne concerne pas l'influence que l'enregistrement a eu sur la musique (un domaine désormais largement documenté) mais l'influence de la distribution de l'enregistrement lui-même, ce qui est, on en conviendra, sensiblement différent » (Katz [2010]). Du coup, si la diffusion a bien ce rôle actif que je pense devoir lui attribuer, devrait pouvoir se lire en creux la véritable nouveauté d'un media – une entité qui a souvent l'odeur et le goût de la chose nouvelle, mais n'en est pas pour autant. Pour prendre un exemple récent, les premières formes de distribution de la musique par Internet (que ce soit les Mp3 ou les systèmes de stores comme Itunes) ne constituèrent pas la révolution qu'on voulut bien y voir, mais une simple évolution d'un système plus ancien. Elles n'ont aucunement construit les bases d'un mode de diffusion nouveau, mais ont appliqué, dans le domaine de l'immatériel, les stratégies, techniques et recettes propres au monde musical matériel. Les magasins ont certes été changés en stores, et les CD en fichiers, mais en réalité ces changements n'en étaient pas, ce qui permet de vérifier, une fois de plus, la célèbre maxime de Tancrède dans le Guépard: « il faut que tout change pour rien ne change ». Comme je l'évoquais plus haut, cette absence de changement en profondeur apparaît également, en creux, dans les musiques que ce soi-disant « nouveau » media a contribué à distribuer, car il n'a eu aucun effet notoire sur la créativité des musiciens qui en fournissaient les contenus. Les musiciens ont continué de créer des « titres » inclus dans des « albums » exactement sur le même mode qu'ils le faisaient quelques décennies auparavant, les seules avancées étant à rechercher, sur ces dernière années, dans la progression indéniable du crossover entre styles musicaux réputés naguère totalement incompatibles.

Pour prendre un exemple beaucoup plus ancien, on notera que la fabrication industrielle des pianos au milieu du XIX^{ème} siècle a rendu ces instruments moins onéreux, et a, du coup, favorisé l'introduction de la musique romantique pour piano dans les foyers de la bourgeoisie instruite. En effet, dès le début du dix-neuvième siècle toutes les bonnes familles ont leur piano (et jouent les nouvelles œuvres qui sont déchiffrées par toute la famille sur des partitions musicales imprimées). Ce fait a eu, en retour, d'importantes conséquences sur les musiciens de l'époque. Il est apparu en effet dans la même période une importante littérature pour piano destinée à ce public de musiciens amateurs, et dont les valse ou les nocturnes de Chopin sont les plus belles

réalisations – la plupart des nombreuses œuvres d’auteurs secondaires n’ayant pas passé la barre du temps. Cet exemple illustre assez bien, à mon sens, l’hypothèse que je soutiens ici: à savoir le rôle actif des moyens de diffusion sur la créativité musicale. Ce ne sont pas les valse de Chopin qui ont rendu nécessaires les pianos d’appartement bourgeois mais les pianos d’appartement qui ont conditionné l’émergence des valse de Chopin. Une telle musique (en dehors de toute notion d’histoire de la musique et, encore moins, de jugement de valeur) aurait été proprement impossible à l’époque de Bach, non seulement pour des questions musicales intrinsèques, mais surtout pour des raisons liées à la perception, au rôle et au mode de diffusion et de réception spécifiques de la musique à l’époque romantique. En effet, si le compositeur baroque écrit pour remplir avec professionnalisme la fonction pour laquelle il est payé, le compositeur romantique, lui, écrit d’abord pour faire prospérer sa renommée en utilisant pour cela tous les modes disponibles pour remplir cette tâche: un recueil de valse joué par des jeunes filles de bonne famille n’est probablement pas le plus mauvais des calculs!

Le disque, quant à lui, fut un mode de diffusion de la musique fondamentalement nouveau et il contribua, par un effet retour désormais assez bien documenté, à modifier la créativité des musiciens de telle façon qu’émergea une musique radicalement nouvelle (Stith Bennet [1980]). Pour ne parler que de la musique rock, on rappellera en effet que les musiciens engagés dans l’évolution de cette musique, ont rapidement contourné les contraintes que leur imposaient les propriétés et qualités au départ très limitées des supports de l’époque. A l’inverse, les contraintes exercées par ces supports ont dynamisé la créativité musicale de cette époque, d’une façon qui n’a jamais été, à mon sens, égalée.

Les jeunes musiciens rock qui, dans leur grande majorité, ont appris la musique en remettant sans relâche le bras de leurs tourne-disques sur leurs 45t préférés, ont donc appris également à maîtriser les limites de ces supports tout en les transformant en atouts créatifs. Ainsi la durée très limitée du 45t a obligé ces compositeurs à créer des chansons courtes et sans bavardages inutiles¹⁴. Mais la qualité du son de ces premiers supports (il faudra attendre la 33t stéréo pour la qualité progresse de manière drastique) les a également obligés à rechercher les sons qui pouvaient le mieux convenir à la qualité de ces supports (en évitant par exemple les infra-graves et les suraigus qui étaient mal reproduits par ces supports). On notera ainsi que le son saturé des guitares rock, qui est

¹⁴ James Brown avait paraît-il coutume d’affirmer à ce sujet: «Il faut se limiter à une idée musicale par chanson, s’il vous en vient une autre en cours de route, gardez-la pour le titre suivant!» (Une sobriété créative salutaire dont il semble que certains compositeurs actuels devraient s’inspirer).

l'un des sons les plus emblématiques de cette musique, est remarquablement bien adapté à la bande passante limitée qui étaient celles de ces supports.

Les phonogrammes, et les supports qui permettaient alors de les diffuser, ont donc fonctionnés à cette époque comme un immense accélérateur de création musicale, à la fois par les facilités nouvelles qu'ils procuraient aux artistes mais aussi – et pas moins – par les contraintes qu'ils leur imposaient. Il manquait à Internet, comme nouveau mode de communication, le fait d'être également un véritable nouveau mode de diffusion « créatif » des contenus musicaux. Le streaming sera-t-il donc ce nouveau mode tant attendu, et aura-t-il lui aussi un effet bénéfique sur la création musicale contemporaine actuelle? C'est l'un des points que nous allons approfondir dans les lignes qui suivent.

8. Le streaming comme chapitre ultime de l'histoire des modes de diffusion

En rapport avec la thèse précédente, je soutiens dans cette partie l'idée selon laquelle, dans le long mouvement qui structure l'histoire de la distribution des contenus musicaux, Apple Music reprend et subsume l'ensemble de tous les moments précédents en les conservant. Le streaming, en plus d'être le nouveau et dernier chapitre de l'histoire des modes de distributions de la musique, représente la seule véritable rupture apparaissant dans cette suite historique. Mais il est également, à proprement parler, le seul mouvement dialectique de dépassement par « négation de la négation » présent dans cette suite ininterrompue de modes de diffusion. En effet, si l'on considère le premier moment de la diffusion des contenus enregistrés comme étant celui de la radio qui naît en 1914, et le second comme la distribution des 45t qui apparaît au début des années cinquante, Apple Music (et tous ses pairs actuels ou futurs) représente bien à la fois la négation des modes de distribution précédents – puisque fonctionnant sur des principes de base qui en sont l'exact opposé (entre autres, le principe de l'usage contre celui de la propriété) – mais également la conservation.

Ces points nécessitent bien sûr quelques précisions. On peut en effet être surpris que je ne prenne pas en compte dans ce mouvement dialectique l'enregistrement tel qu'il existait déjà bien avant les années cinquante (sous l'angle « objectif » des dates d'invention, l'enregistrement est clairement très antérieur à la radio, 1877 contre 1914). La raison en est simple: ce n'est, à mon sens, qu'après la seconde guerre mondiale que, suite au développement fulgurant de la duplication des enregistrements musicaux, le disque devint un véritable media à part entière. C'est à ce moment seulement que l'enregistrement sonore put enfin renverser la domination qu'exerçait alors la radio sur la diffusion des contenus musicaux.

On oublie quelquefois en effet que c'est le 45t qui a imposé ce nouveau paradigme (Delalande [2001]) technologique dans lequel nous vivons et « consommons » de la musique encore aujourd'hui (jusqu'à ce que le streaming finisse par imposer le troisième)¹⁵. Ce point m'amène à affirmer que la diffusion des phonogrammes par le biais de la distribution de leurs supports physiques doit être considérée comme représentant la négation de la diffusion radiophonique: à une diffusion statique, imposée à tous et à des moments précis de la journée, le 45t substitue en effet une distribution et un usage libres permettant de jouir à tout moment de la journée des seules musiques que l'on aime, interprétées par les chanteurs que l'on a choisis.

C'est également pourquoi, si le 45t est bien la négation de la diffusion radiophonique traditionnelle, le streaming est de ce fait la négation de la négation de ces deux grands moments de la distribution des musiques que sont la diffusion radiophonique d'une part et la distribution physique des phonogrammes de l'autre, deux moments qu'il conserve tout en les dépassant. En illustration de ce mouvement dialectique, on constatera en effet qu'Apple Music reprend, mais améliore également ces deux modes de distribution/diffusion. Il offre à ses « usagers » la possibilité d'écouter la radio « en direct » et de lire des phonogrammes; mais il ajoute également à ces services du passé, ceux de l'avenir: playlists personnalisées ou chat en direct avec leurs artistes préférés, clips de concert... Le streaming est donc bien l'effectuation finale de ce qui est recherché, de manière encore confuse et balbutiante, depuis le début de l'histoire de la diffusion de la musique, dès la première fois qu'un stylet s'est posé sur le cylindre d'un phonographe. Comme l'illustre le clip « History of Sound », qui sert de fil rouge à notre texte, Apple Music affirme donc à la fois son affiliation à ce geste inaugural tout en en écrivant le chapitre ultime.

9. Le retour aux « fondamentaux » de la musique

L'environnement dans lequel les musiciens évoluent – celui dans lequel ils créent mais également celui dans lequel ils transmettent leur travail et le font connaître – est essentiel. C'était justement l'objet des parties précédentes que de mettre, de manière trop succincte sans doute, l'effet retour de l'environnement de la distribution/diffusion

¹⁵ Le premier était la partition qui permettait de transmettre des contenus musicaux au delà de leur lieu de production. On mésestime quelquefois le statut de « distribution » de la partition musicale. Il faut pourtant se souvenir que l'édition musicale a joué un rôle d'accélérateur puissant dans la diffusion de la musique romantique. Le second était, comme nous venons de le voir, le disque (et ses variantes, CD et DVD) (Delalande [2001]).

sur la créativité musicienne. Il nous reste maintenant à évaluer de quelle manière le streaming, comme ultime moment de l'histoire de la distribution/diffusion de la musique, renoue avec ce que je nomme les « fondamentaux » de la musique.

Chaque art peut être défini, à mon sens, par le croisement de trois points de référence: le medium dans lequel il baigne (et qui lui est spécifique en tant qu'art), le mode qui décrit son fonctionnement et l'être qui désigne son identité la plus profonde. Le medium de la musique est le son, son mode la réitération, son être le flux. Cette triade forme ce que j'appelle les fondamentaux de la musique.

Le son, toutes pratiques musicales confondues, reste le premier « fondamental » de l'Art Musical. Or le son est un médium instable et éphémère: l'enregistrement n'a pas modifié cette propriété mais a simplement créé une solution permettant de « répéter » un son ou une séquence sonore. Cependant cette séquence sonore, en soi, ne persiste pas, elle s'éteint toujours à la fin de son exécution. D'autre part, il est important de garder à l'esprit le fait que convertir un son puis le restituer par le biais de la mise en vibration de membranes de haut-parleurs constitue, quelle que soit l'évolution des techniques d'enregistrement et de sa distribution, le mode de fonctionnement indépassable de l'enregistrement sonore, depuis son invention jusqu'à aujourd'hui (et, plus que probablement, celui des années à venir également).

La réitération constitue le second de ces fondamentaux. La musique ne se répète pas, elle se réitère (seul le phonogramme répète). En effet, ce n'est pas flétrir l'enregistrement que de rappeler ici ce que tous les musiciens savent depuis leur plus jeunes années d'apprentissage: une musique (de quelque nature qu'elle soit) doit toujours être reprise, recommencée da capo, si je puis dire. Comme je l'ai écrit plus haut, en lien avec la volatilité du son, l'enregistrement n'a aucunement modifié cet état de fait, il a simplement généré une solution permettant d'assurer la permanence d'écoute d'un art en-soi impermanent. L'incomplétude de cette solution est d'ailleurs la raison pour laquelle, contrairement aux affirmations péremptoires des théoriciens qui annonçaient à grand fracas, il y a quelques années encore, la mort inévitable du concert public, la musique « live » ne s'est jamais aussi bien portée¹⁶. On joue de la musique et on ne la répète pas: ceci va au-delà d'une simple constatation théorique puisque, comme je viens de le rappeler, le concert public n'a jamais été aussi majoritairement présent dans le monde musical.

¹⁶ Parmi ces contempteurs du concert public et autres chantres de sa mort annoncée, il faut noter la présence de Glenn Gould qui, malgré toute l'intuition musicale et théorique (en particulier concernant l'enregistrement) qu'on peut lui attribuer, s'est ici lourdement trompé (Gould [1991]: 55 et 93).

Quant au flux, il constitue le troisième fondamental et l'être véritable de l'art musical. La musique (de quelque genre de musique que l'on parle) est un flux. Parler de morceau de musique (une tradition bien implantée dans le domaine professionnel) indique, en creux, ce point de façon claire: il n'y a de morceaux de musique que dans la mesure où il y a un flux infini de données musicales dans lequel il est possible de les découper.

Si le flux est bien l'être de la musique, c'est donc bien parce qu'il représente le point final d'une suite causale décisive: l'impermanence du son a imposé depuis toujours la nécessité de réitérer la musique; la nécessité de la réitérer sans cesse a elle-même généré, à son tour, le flux infini de la musique. Les musiciens parlent à ce sujet d'entretien du son: un son de violon par exemple a besoin d'être entretenu, mais un son de piano également (c'est le rôle dévolu à la pédale forte). Il convient donc d'élargir ici la définition de ce terme musical et dire que c'est la musique dans son intégralité, en tant que flux, qui nécessite d'être incessamment entretenue.

En face de cette trilogie, Apple Music met en place trois structures qui, à mon sens, répondent parfaitement aux propriétés – mais également aux besoins générés par ces propriétés – d'instantanéité et d'impermanence de l'Art musical ainsi qu'à ses fondamentaux: Radio 1, My Music et Connect. Ces trois modules permettent en effet non seulement de diffuser des phonogrammes (comme le font toutes les radios mais comme le permettent aussi tous les supports physiques) mais également de fournir des programmes de musique en direct (incluant désormais une dimension vidéo), de proposer des playlists (personnalisées ou non), d'autoriser des échanges instantanés entre les artistes et leur public et, enfin, de permettre à des nouvelles expériences musicales de voir le jour hors des circuits de production et de promotion traditionnels.

Une excellente illustration de ce qui vient d'être affirmé dans les lignes précédentes pourrait être l'extraordinaire succès, hors de tous circuits médiatiques classiques, du groupe LEJ (Elijai) et de leur hit de référence « Summer 2015 » qui a dépassé les trente millions de vues sur YouTube alors que le disque lui-même n'est toujours pas sorti. Apple Music représente ainsi le mode de distribution le mieux adapté à ces nouvelles formes de créativité musicale qui, tout en débordant de toutes parts les canaux habituels de la production musicale professionnelle, n'en deviennent pas moins des hits de premier ordre. Les nouveaux modes de production et de distribution de la musique sont donc maintenant en ordre de bataille, et la nouvelle révolution musicale désormais en marche.

Pour nous résumer, les groupes des années 60 enregistraient des chansons (qui faisaient l'objet d'une ou deux faces de 45t) ceux des années 70 jusqu'aux années 2000 enregistraient des albums sur des 33t – Sargent Pepper's des Beatles en est l'illustration

la plus fameuse – ou des CD (dont étaient extraits les éventuels tubes). Ceux de l'ère streaming enregistreront des « flux de musique » tous styles et tous genres confondus, sans qu'aucune notion de format, de standard technique, de support ne vienne entraver leur créativité, puisque le seul support (si l'on peut du coup employer ce terme) sera le flux internet, infini et sans limite par nature. Sur le plan de la production, même si beaucoup de ces phonogrammes continueront de sortir des studios d'Universal ou de Sony, d'autres – de plus en plus nombreux – sortiront de caves ou de garages transformés en « home studio » par les jeunes musiciens et groupes du monde entier qui diffuseront leur travail en direct, hors des circuits commerciaux traditionnels.

Comme l'affirme un (autre) slogan publicitaire d'Apple Music: « La musique avait besoin d'une maison, nous lui en avons construit une ». La musique semble donc enfin arrivée « at home », dans une maison permettant d'accueillir tous ces modes nouveaux de création et production de la musique. Contredisant les cassandres qui voient dans le streaming le symbole de la mort de la musique, nous devons donc soutenir au contraire que, grâce à cette nouvelle forme de diffusion, l'avenir de la musique n'a jamais été aussi radieux.

10. Conclusion

Les points développés dans les pages précédentes nous ont permis, du moins je l'espère, de valider l'hypothèse selon laquelle le streaming, tel qu'il est désormais mis en œuvre par des firmes comme Apple avec son Apple Music, représente le dernier chapitre de cette « History of Sound » par laquelle nous avons commencé ce texte, mais également le troisième et dernier paradigme technologique qui clôt l'histoire de la distribution des musiques. Une double vérification du fait que le streaming est bien le mode de diffusion de la musique de l'avenir a pu ainsi avoir lieu: à la fois parce qu'il a (ou plutôt aura de manière certaine) un effet retour sur la musique qu'il contribue à diffuser mais également parce qu'il permet de renouer (et c'est sans doute la première fois qu'un tel événement se produit dans la longue histoire de la diffusion de la musique) avec les propriétés les plus fondamentales de l'art musical. Le streaming est donc bien le mode de diffusion des contenus musicaux que les musiciens et les auditeurs attendaient, à la fois pour le présent mais également pour l'avenir. Et l'on sait qu'en musique comme ailleurs, l'avenir dure longtemps.

Bibliographie

Christensen, C., M., Raynor, 2015: *What is disrupting innovation?*, Harvard Business Review, Boston, décembre.

- Delalande, F., 2001: *Le son des musiques*, Buchet Chastel, Paris.
- Ghosn, J., 2013: *Musiques numériques. Essai sur la vie nomade de la musique*, Seuil, Paris.
- Gould, G., 1991: *Le dernier puritain*, Fayard, Paris.
- Katz, M., 2010: *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
- Levine, R., 2007: *The Death of High Fidelity: In the Age of MP3s. Sound Quality Is Worse Than Ever*, "Rolling Stone", décembre.
- Stith Bennett, H., 1980: *On becoming a rock musician*, University of Manchester Press, Amhearst.
- Tournès, L., 2011: *Musique! Du phonographe au MP3*, Autrement, Paris.